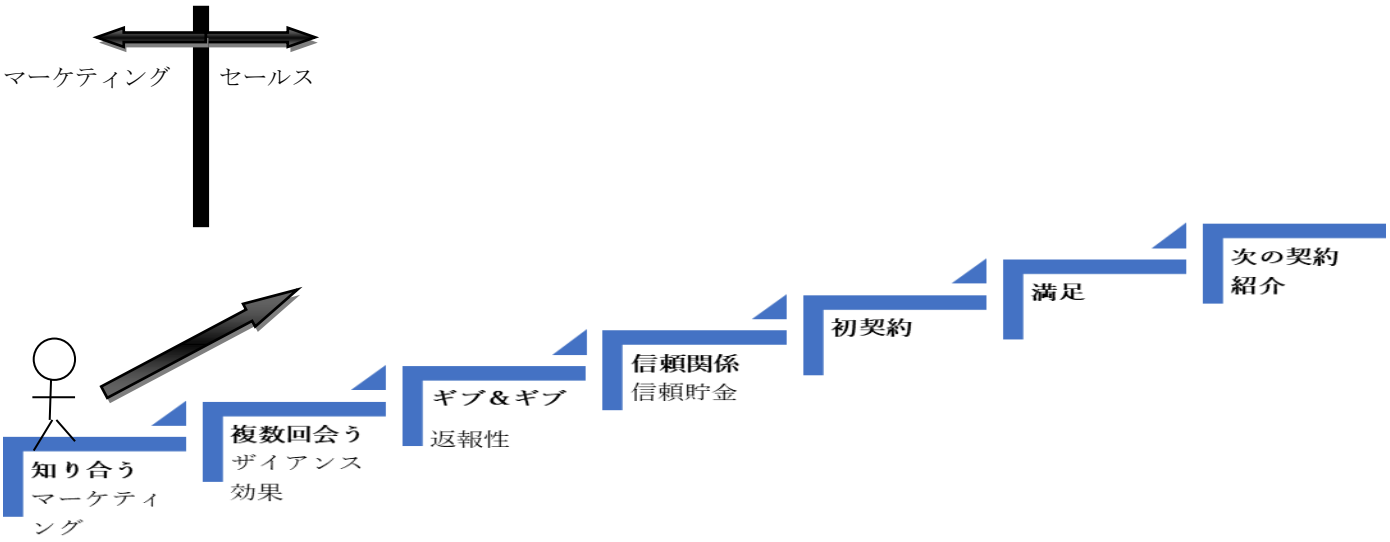
士業のための研修依頼獲得アイデア：既存のお客様編



＊実際のコンセプトの検討・着手は上位のステップから考えていくことが多いです。（上位のステップが変更になると下位のステップも変更になるため）。そのため、最後の項目から逆の順番で読んでいただいても結構です

第１　知り合う

本小冊子は、「既存のお客様編」であるため、第１のステップ「知り合う」については、省略します（詳細は「新規のお客様編」をご覧ください。）。

第２　複数回会う

心理学用語で「**ザイアンス効果**」という用語があり、単純接触効果とも言われ、人は接触した回数が多くなるほど、その人に対して親近感を持つそうです。接触というのは、面談することのみならず、メールやお葉書などもこの接触に含まれるそうです。

そのため、一回目より二回目、二回目より三回目というように、接触回数が増えるほど信頼貯金が少しずつ増える可能性があり、後になるほど、契約率も上がります（逆に言えば、接触回数が少ないうちは、研修の提案をしても成約率が低くなる可能性があると言えます。）。

第３　ギブアンドギブ

１　返報性の法則

心理学では返報性の法則という言葉があり、人は他者から恩を受けた場合、その恩を返したくなる心理効果のことだそうです。

当たり前のことかもしれませんが、ビジネスにおいても成果を上げたいと思ったら、まずはお客様にギブアンドギブすることで、いつかそれが返ってくるかもしれないと考えることができると思います。

とはいえ、**長い年月がかかったり、誰から返ってくるかわからない**ため、早目に行動し、お客様やお客様とつながっている方など、たくさんの方にギブアンドギブしておくことが考えられます。

ある意味、**ボランティア**のようなことが増えてしまうかと思うので、どんなことをどこまでやってあげるのかは、費用対効果・時間対効果を考えつつ、できる限りで、無理しすぎない範囲で考える必要があると思います。**無理すると続かない**ので、**自分の好きなことで、人が喜んでくれること**が見つかると、ストレスなく長続きするので、良いかもしれません。ビジネスは成果が出るまで時間がかかるため、楽しみながら長く続けられることが良いかもしれません。（もっといえば、どんな職業を選ぶかという大前提の段階から、自分の好きなこと、ストレス少なくできることで、人に喜んでもらえることが見つかると人生が豊かになるのかもしれません）

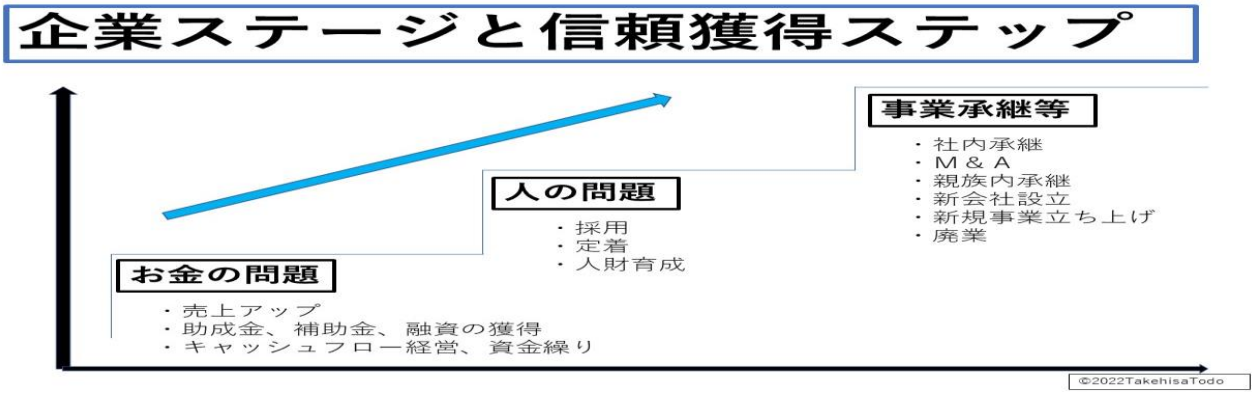
藤堂の場合は、現時点では、人の相談のること、人前で話すこと、気づきを得てもらえること、難しいことを勉強してわかりやすく説明すること、物語をつくること、本を読むこと、などが好きなので、こういった仕事を今、しているのかもしれません（今後、さらに変化するかもしれませんが。）

2　ニーズ・お困りごとの把握からスタート

ギブアンドギブをするためには、お相手の方がどんな**ニーズ**を持っているか、どんなことに悩んでいるかがわからないと、ギブアンドギブができません（たとえば、お相手にとって不要な情報提供をしても逆に嫌がられてしまったり・・・藤堂の失敗談）

そこで、普段からコーチング的対話術（教材別途配布）の練習をして、お相手の本当のニーズやお困りごとを把握できるようにしておく必要があると思います。

ちなみに、中小企業経営者の方の定番のお悩みは、**①お金の問題②人の問題**の２点なので、このあたりの情報は日頃から仕入れておくと効果的です。

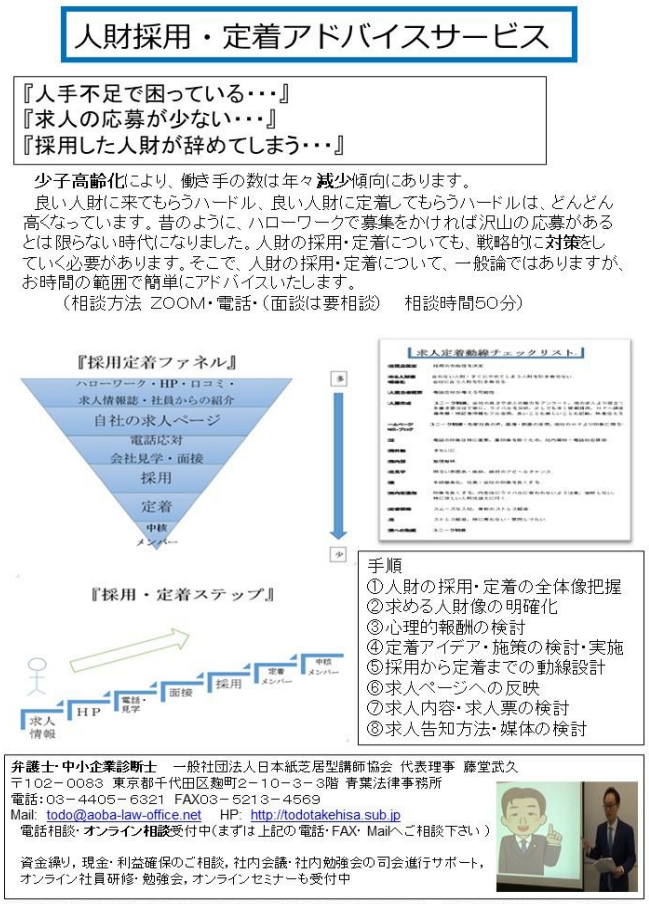


たとえば、①お金の問題は、売上アップ、助成金・補助金、融資の獲得、キャッシュフロー経営、資金繰り、②人の問題は、採用、定着、人財育成等が挙げられます。とはいえ、実際には、会社様ごとに様々です。

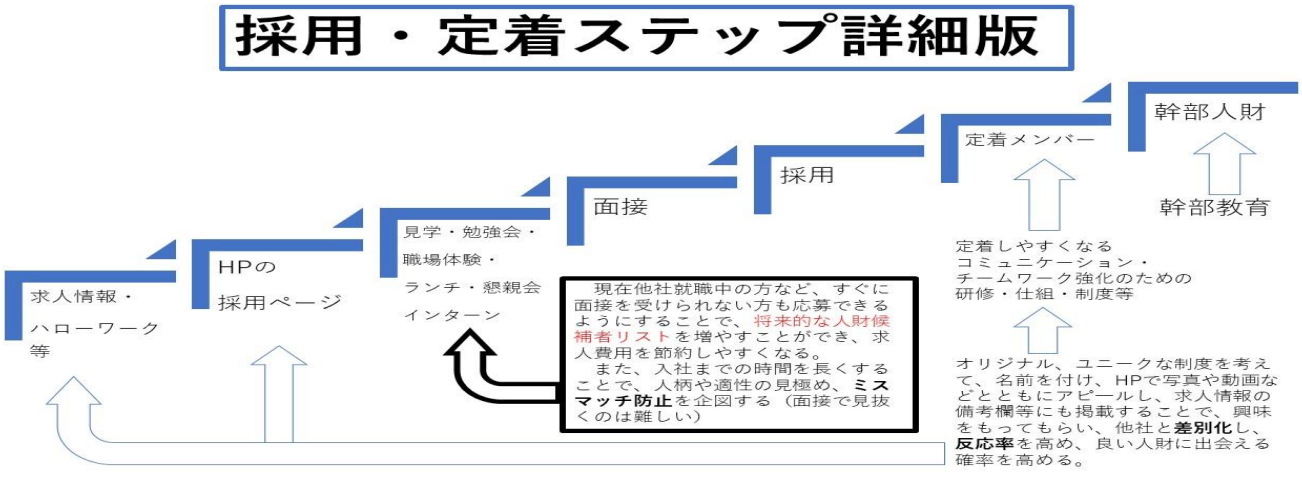
自分で情報提供できることもあれば、誰かを紹介する、マッチングのお手伝いをすることで、信頼貯金を増やしていく方法もあります。そうすることで、「この人は自分にとって有益なことをしてくれる人」と思ってもらえる可能性が増えます。

3　ツールの活用

その際、口答で情報提供してギブアンドギブすることも結構ですが、さらに手間をかけて、A４一枚シート・経営相談シート・マンガ・動画などのツールを活用することで、ただの雑談ではない、価値のある情報、有料級の情報と思っていただけるように、価値を見える化をすることも考えられます（これをさらにお友達の方に手渡ししていただけると紹介ツールにもなります。）。



1



第４　信頼関係

信頼関係ができていない状況で、研修依頼を獲得することは難しいと思われますので、ザイアンス効果・返報性の法則を活用して、地道に、時間をかけて、信頼関係を構築していきます。信頼関係が高まった段階で、研修の提案をすると契約が成立する可能性が高まると思われます。そこで藤堂は、さまざまな活動で信頼関係を高めていくことを、「信頼貯金を貯める」と表現させていただいております。

信頼関係、信頼貯金は**目に見えない**もので、お客様がこちらをどのように見ているかという**お客様の頭の中のこと**なので、見極めが難しいです。

ビジネスに時間がかかるのは、一人ひとり、個別に、人と人との信頼関係を徐々に高めていく行動であるため、**時間がかかる**のは当然であると思われます（そのため、少しでも早く準備・仕込み作業をすることが推奨されます。ビジネスなので**熟成期間**が必要になります。）。

信頼貯金を貯めるには、連絡を取る回数を増やしていき（ザイアンス効果）、ギブアンドギブ（返報性の法則）をしていく必要があります。お相手のニーズ・お悩み事をお聞かせいただくプロセスを経て、それをサポートしていくことが考えられます。

第５　初契約

信頼貯金が貯まってくると、初契約をいただける段階が来ると思います。（研修提案方法については別紙参照）

（逆に、なかなか契約にならない場合は、信頼貯金が貯まっていない可能性があり、そのようなときに**強引に迫ると信頼貯金が減る可能性**がありますので、見極めが難しいです。

まだ信頼貯金が貯まっていないと感じたら、無理に進めないで、そのときはさらっと流して、また信頼貯金が貯まってからご提案すると良いということもあります。

そのようなときは、落ち込まず、自分を責めずに、会えただけでもザイアンス効果で信頼貯金が１ポイント貯まったからOK、信頼貯金を失わずに済んでラッキーというように、頭を切り替えても良いかもしれません。）

よく言われるのが「**何を言うかより、誰が言うか**」ということで、すなわち、どんなに正しいことや、どんなに素晴らしい説明をしても契約にはならないときでも、逆に、あまりうまい説明ができなくても、「この人が言うなら聞いてみよう」「いつも会社のためになることを沢山教えてくれてきたこの人が言うなら信じてみよう」と思ってもらえると、契約に至るという説明がなされています。

第６　満足

単発で終わらずに、継続的に応援させていただくために、初契約をしていただいてからさらに満足度をあげるために頑張り、連絡を取る回数を増やしていき（ザイアンス効果）、ギブアンドギブ（返報性の法則）をして、満足度を上げていくことが考えられます。

ちなみに、研修は実施してみないとその効果が伝わりづらい面があるので、最初はお試しで、無料で実施してあげる作戦も有効だと思います。

士業が無料でサービスすることについては批判も多いため（先方の本気度が下がる、無料のときだけ依頼される、どんどん無料サービスを要求されてしまう・・・等々）、悩ましいところですが、研修は先方様との相性もあるうえに、価値が伝わりづらいので、最終的にただ働き

になってしまうリスクはある程度はやむを得ないところかと思いますので、藤堂の場合は、無料でも応援したいと思った方は応援して、有償契約に至らなかった場合は、経験値と場数を増やさせてもらったと考えるようにしています（逆に、有償でも応援したくない方は断りますので、結局、各自の総合判断と思われます）。

そして、全力で研修を実施して価値が伝わると、次の依頼につながることがありますので、そこから徐々に料金を適正化させていくことを推奨しております。最初から高額の料金設定をしてしまうと、先方からすると「こんなに高いのに効果が無かったら悲しいからやめておこう・・・」という判断になりがちであると思います。

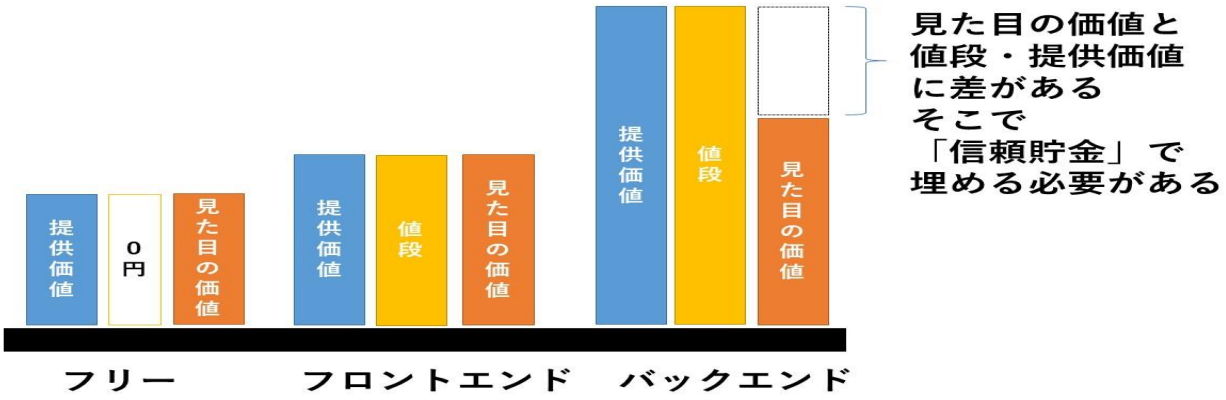
なお、料金が高額になればなるほど、下図のとおり、「見た目の価値」が「値段」に満たないため、それまでに「信頼貯金」でカバーできるようにしておくためにも、徐々に料金・提供価値・満足度を引き上げていきます。

誰しも、最初から高額・長期の契約することはハードルが高いことが多いです（月額５万円だとしても年間で６０万円かかるという計算をする方は多いです。）。

そのため、「この先生なら大丈夫」と思っていただいてからのほうが、高額・長期の契約を依頼されやすいです。

そこで、その前の商品・サービスで満足していただいてから、次の契約に移行するというステップが重要になります（フリー商品→フロント商品・ミドル商品・バックエンド商品）。

その各ステップでご満足いただけるようがんばるとともに、連絡を取る回数を増やしていき（ザイアンス効果）、ギブアンドギブ（返報性の法則）をして、満足度を上げていくことが考えられます。



第７　次の契約・紹介

１　目指したい状況

最終的には、どんどん次の契約をいただける、研修依頼が毎月のように継続する、リピートしてもらえる、さらには、ご満足いただいて別のお客様にもご紹介してもらえる、という状況がありがたいです。

そのためには、その前までのステップにあるように、顧客満足を追求し続ける、信頼貯金を貯め続ける、ギブアンドギブをし続ける方法があります。

2　既存のお客様への価値提供と新規顧客開拓のリンク

既存のお客様から、別のお客様のご紹介をいただけることは、既存のお客様へのギブアンドギブの活動が新規のお客様の開拓にそのまま繋がる行動になるため、とても効率が良くなりますので、既存のお客様のためにがんばるというセールス活動が、新規のお客さまのマーケティング活動につながります（新規のお客様のためのマーケティング活動と、既存のお客様のためのセールス活動が繋がっていないと、両方頑張り続けるのは労力が増えます。

（ちなみに、既存のお客様からのリピート依頼の獲得に比べて、新規のお客様の開拓は、約５倍の労力がかかると言われています「１対５の法則」）

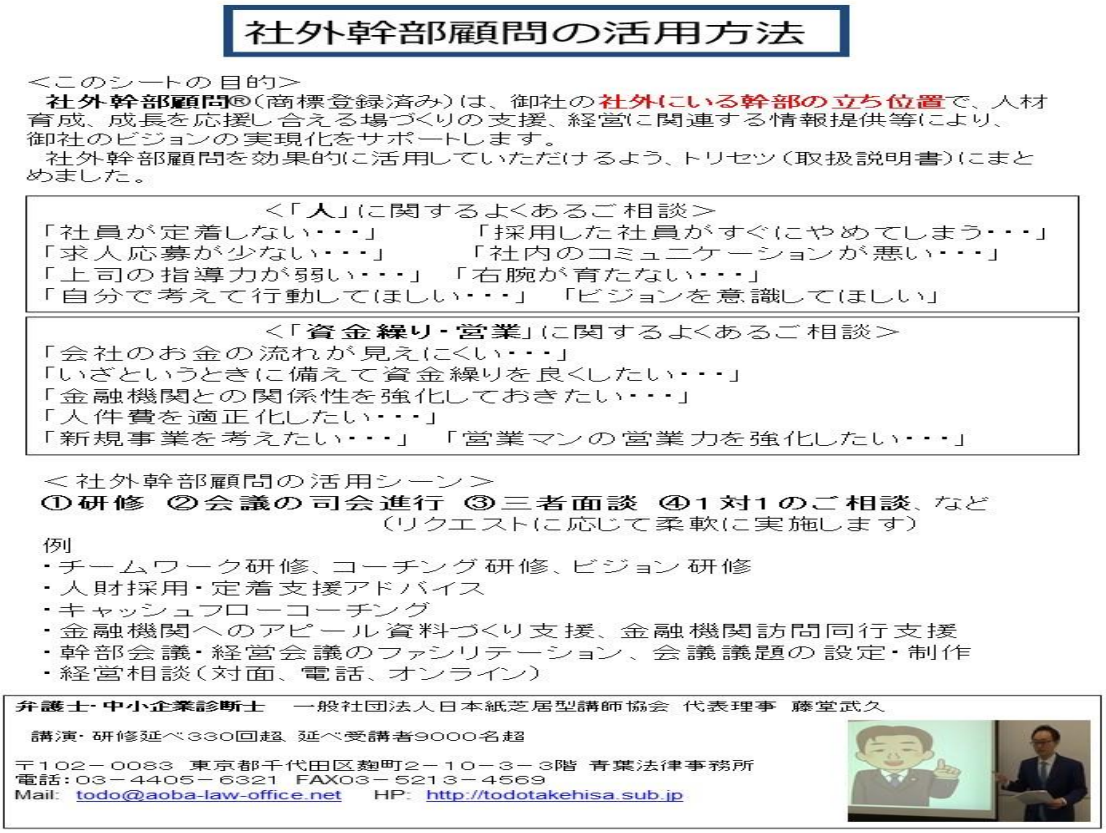
その他の参考

1　自己紹介シート

ある程度関係性ができた方に対して、自分の活動を紹介するＡ４一枚の簡単なシートを用意しておくと、どのようにお役に立てるかが伝わりやすくなります。自分の仕事内容、仕事の仕方や立ち位置などを説明しても良いかもしれません（ついついたくさん書きたくなりますが、わかりやすさ・分量に留意）。

ただし、タイミングは、やはり、お相手のニーズ・お困りごとに関するシートの配布が優先であり、徐々にこちらにご興味もっていただけてきた段階での配布のタイミングが良いかもしれません。

というのは、**お客様の優先順位**は、自分や自分の会社がどうなれるのか、悩みがどう解決されるのかに**一番の興味**があり、士業の先生の自己紹介に対する興味はそのあとの順位であるからです。



社外幹部顧問の活用方法

＜このシートの目的＞
社外幹部顧問®（商標登録済み）は、御社の社外にいる幹部の立ち位置で、人材育成、成長を応援し合える場づくりの支援、経営に関連する情報提供等により、御社のビジョンの実現化をサポートします。
社外幹部顧問を効果的に活用していただけるよう、トリセツ（取扱説明書）にまとめました。

＜「人」に関するよくあるご相談＞
「社員が定着しない・・・」　「採用した社員がすぐにやめてしまう・・・」
「求人応募が少ない・・・」　「社内のコミュニケーションが悪い・・・」
「上司の指導力が弱い・・・」　「右腕が育たない・・・」
「自分で考えて行動してほしい・・・」　「ビジョンを意識してほしい」

＜「資金繰り・営業」に関するよくあるご相談＞
「会社のお金の流れが見えにくい・・・」
「いざというときに備えて資金繰りを良くしたい・・・」
「金融機関との関係性を強化しておきたい・・・」
「人件費を適正化したい・・・」
「新規事業を考えたい・・・」　「営業マンの営業力を強化したい・・・」

＜社外幹部顧問の活用シーン＞
①研修　②会議の司会進行　③三者面談　④1対1のご相談、など
（リクエストに応じて柔軟に実施します）

例
・チームワーク研修、コーチング研修、ビジョン研修
・人財採用・定着支援アドバイス
・キャッシュフローコーチング
・金融機関へのアピール資料づくり支援、金融機関訪問同行支援
・幹部会議・経営会議のファシリテーション、会議議題の設定・制作
・経営相談（対面、電話、オンライン）

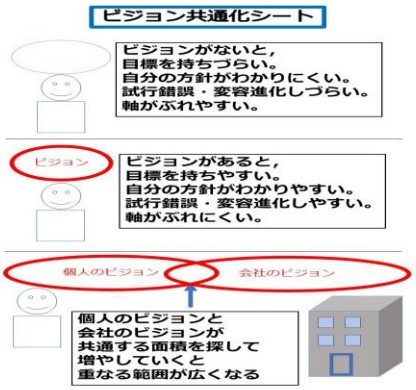
弁護士・中小企業診断士　一般社団法人日本紙芝居型講師協会 代表理事　藤堂武久
講演・研修延べ330回超　延べ受講者9000名超
〒102－0083 東京都千代田区麹町2－10－3－3階 青葉法律事務所
電話：03－4405－6321 FAX03－5213－4569
Mail: todo@aoba-law-office.net　HP: http://todotakehisa.sub.jp

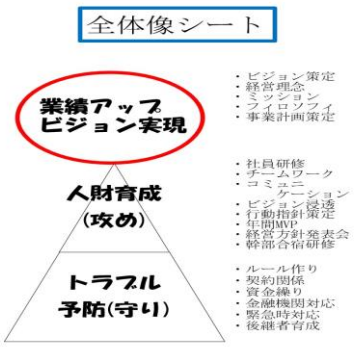
2　ギブアンドギブ・信頼貯金獲得・成果向上・満足度上昇のためのツール

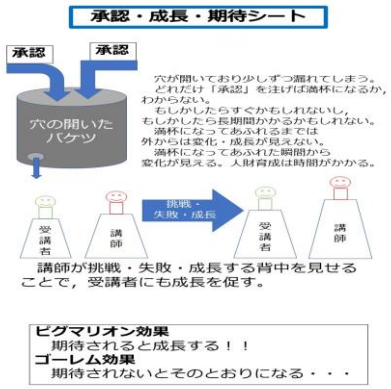
士業の商品・サービスは目に見えない無形のものが多いため、これを見える化することで、コンサルティングの成果が上がりやすくなるとともに、満足度も上昇します。

たとえば、口頭だけで経営相談をするよりも、考え方や手順などを図式化したものをあらかじめ用意しておくと効率が上がるうえに、「この先生はいつもこういう相談に乗ってくれているんだ」と思ってもらいやすくなると思います（日頃からお悩みを聞いてそれを解決する手法などを図式化して経営相談シートを作りためて置き、レールクリアホルダーなどに入れて持ち歩き、お悩みをお聞きしたときに即座に取り出せると好印象です）。

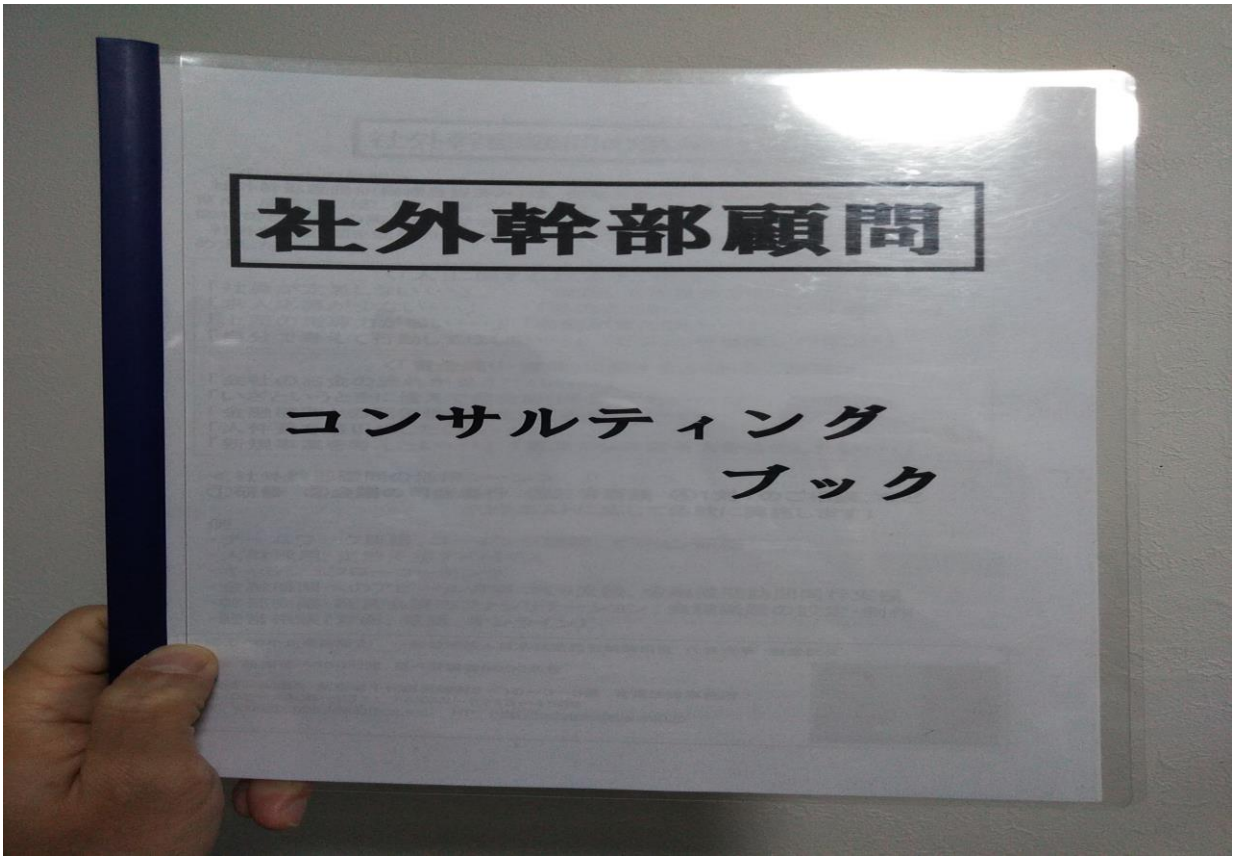
経営相談シート







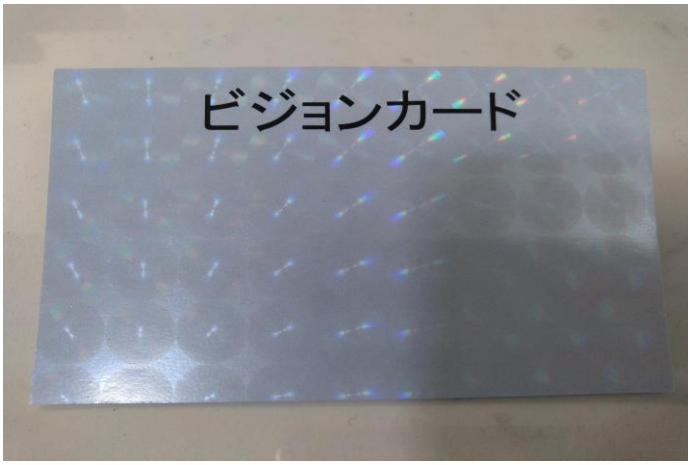
コンサルティングブックの表紙

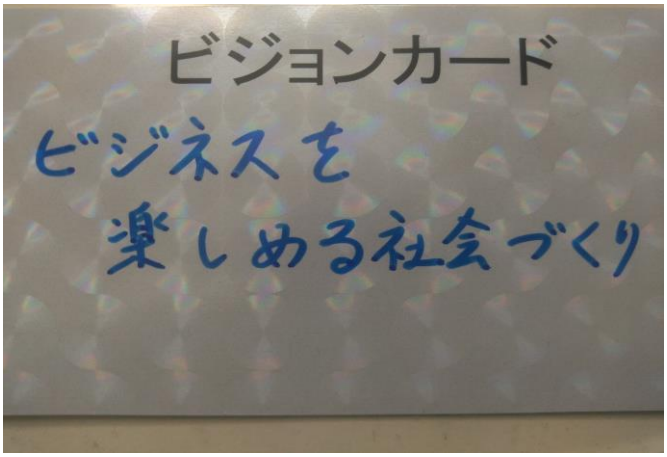


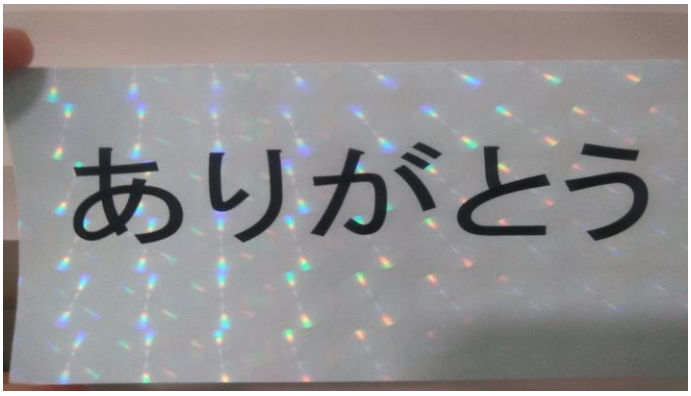
3　手渡しできるお土産・カード類

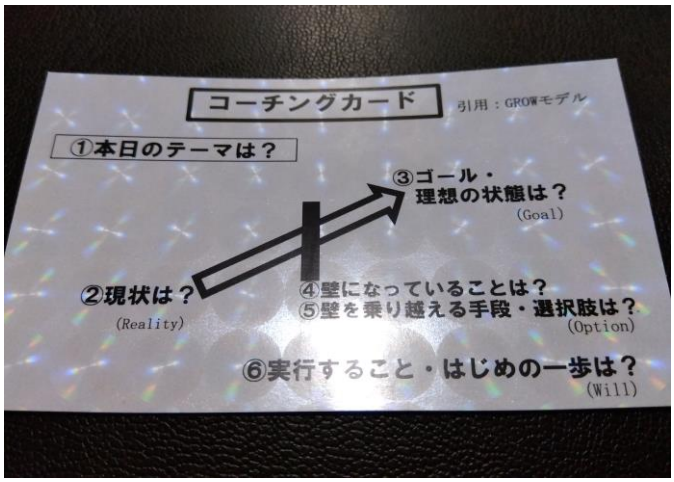
デジタル全盛期の時代、質量のあるものが使われることが少なくなっている時代ではありますが、そのような時代だからこそ、質量のあるもの、手渡しできるもの、後に残るものの価値が上がることがあります。

そこで、各種、お土産・カード類をお渡しすることで、ギブアンドギブ、信頼貯金を増やす方法があります。









コーチング練習カード

（本書の第三者への開示・譲渡等はお控えください）

©2022Takehisa Todo